

# NEWS

from the Top



Werbung am Point of Travel! s.4

Mercedes: Der neue Actros! s.6

Tissot: Zeit schenken! s.8



Liebe LeserInnen,

die steigende Mobilität in der Gesellschaft verändert die Mediennutzung immer deutlicher. Die Verbreitung von Smartphones und Tablet PC's steigt kontinuierlich an. Laut KBCB Top Mobile Internet Trends (Februar 2011) übersteigen die Verkaufszahlen erstmals die, der verkauften PC's.

Klassischen Medien fällt es immer schwerer dieser steigenden Mobilität gerecht zu werden. Nebst mobilem Internet erreichen aber gerade Out-of-Home Medien die Menschen am Point of Sale (POS), Point of Interest (POI) und vor allem am Point of Travel!

Point of Travel ist ein neuer Begriff und ein neuer Trend in der Werbelandschaft. Werbung dort wo Menschen unterwegs sind. Mediaplaner und -einkäufer kennen und schätzen bereits seit Jahren die qualitativen Werbemöglichkeiten am Bahnhof und am Flughafen. Relativ neu aber sind die Werbemöglichkeiten an der Autobahn. In der Thematik Point of Travel nimmt die Autobahn jedoch einen sehr großen Stellenwert ein. 94% aller Deutschen nutzen sie. Geschäftsreisende, Vielfahrer, Pendler oder Urlauber mit Ihren jeweiligen Produktinteressen können gezielt angesprochen werden.

Auf den folgenden Seiten informieren wir Sie über die Autobahn und unser riesiges Medium Maxiposter, als ein wesentlicher Bestandteil des Point of Travels. Lassen Sie sich von unseren Kampagnenbeispielen inspirieren.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen

Valentin Bras  
Managing Partner  
BAB Maxiposter Werbetürme GmbH



Bereits im letzten Newsletter angekündigt, sind sie inzwischen im vollen Einsatz! Die zwei neuen Türme.

Seit April nicht mehr zu übersehen, der neue Riese an der A7 in Bispingen. Nach Kassel-Malsfeld ist dies der zweite Standort an der wichtigen Nord-Süd-Verbindung. Bispingen, vor den Toren Hamburgs, liegt mitten in der Tourismusregion Lüneburger Heide. Am Standort des Ralf-Schumacher-Kartcenters und Snowdomes und vielen anderen Attraktionen bietet dieser 35 Meter hohe Werbepylon mit Werbeflächen von 224 Quadratmeter über 3,2 Millionen Kontaktchancen pro Fahrtrichtung und Monat.



Verschiedene Belegungsmöglichkeiten, die ausgezeichnete Beleuchtung bei Nacht und Dämmerung und die außerordentliche Sichtbarkeit gewährleisten sowohl dem nationalen als auch dem regionalen Kunden eine hohe Attraktivität.

Die Popularität dieses Standorts wird daran deutlich, dass hier seit April jeden Monat Kampagnenwechsel stattgefunden haben.

Die Erstbelegung sicherten sich gleich zwei Kunden aus der Region. Die Dachorganisation und Interessenvertretung der touristischen Leistungsträger im größten Reisegebiet Niedersachsens (Lüneburger Heide GmbH) und der Heide-Park, Norddeutschlands größter Freizeit- und Familienpark. Die vor Ort ansässigen Kunden hatten den Vorteil, dass Sie die Bauarbeiten täglich live verfolgen konnten.



# Bekannter Turm, neuer Standort!

Unser zweiter neuer Standort befindet sich an einer der meist befahrenen Autobahnen Deutschlands der A1 in Sittensen zwischen Hamburg und Bremen.

Hierher zog es unseren Pylonen, der vorher viele Jahre in Hannover-Rehren an der A2 Zuhause war.

Die nur 20 Kilometer Entfernung zwischen Hannover-Rehren und Hannover-Barsinghausen an der A2 entwickelte sich für diesen Turm im Laufe der Zeit zum Standortnachteil. Zeit für Veränderungen!

Zuerst wurden die einzelnen Stahlbau-bühnen demontiert, dann folgte der etappenweise Abbau des dreiteiligen Stahlrohrmastes.

Auf mehreren LKW's wurden über 65 Tonnen Stahl ins 200 Kilometer entfernte Sittensen transportiert.

Am neuen Standort kamen dann wieder diverse Autokräne, Baukräne und Hubsteiger zum Einsatz, damit Mitte April die ersten Werbepläne montiert werden konnten. Knapp vier Millionen Menschen kommen pro Monat und Fahrtrichtung hier vorbei. Die beiden Werbeflächen von 140 Quadratmeter sind an dem Werbeturm mit 40 Meter Höhe bereits aus großer Entfernung hervorragend zu sehen.

Die Erstbelegung einer Fläche sicherte sich der Konsumgüterhersteller Henkel, um mit der Botschaft „Lass es Leuchten“ mit Maxi-Poster Familien im Osterreiseverkehr zu erreichen.

Als weiteren Erstkunden konnten wir Dodenhof gewinnen, das größte Shopping Center Norddeutschlands, dort wo Sie alles finden, was das Leben schöner macht.





# Werbung am Point of Travel

## Produktinteressen von Autobahnnutzern

- Auto und Autozubehör
- Navigation, Elektronik und Telekommunikation
- Convenience Produkte und Systemgastronomie
- Handel (Einrichtungen und Baumärkte)
- Airlines und Touristik
- Medien- und Onlinedienste
- Versicherungen

## Interessante Zielgruppen auf Autobahnen

- Geschäftsreisende und Vielfahrer
- Handwerker und Unternehmer
- Berufspendler
- Berufskraftfahrer
- Wochenendpendler
- Reisende und Urlaubsfahrer



Besser durchkommen:  
Live-Verkehrsdichte auf  
Nokia Smartphones.



NOKIA  
Connecting People



**MEGA  
PARK**  
www.MEGAPARK-A24.de

Noch komfortabler:  
der neue Actros.



### Strategische Lage Autobahn

- 94% der Deutschen benutzen die Autobahn
- die Wirtschaft wählt für Ihren Firmensitz bewusst die „grüne Wiese“
- Handel, Gewerbe- und Industriegebiete entstehen fernab der Innenstadtlagen
- günstige Autobahn-Verkehrsverbindungen sind wichtiger denn je
- für Logistikunternehmen hat die Autobahn die erste Priorität
- große Events und Sportveranstaltungen werden in Autobahnnähe geplant

### MaxiPoster bietet:

- ein werbefreies Umfeld
- enorme Kontaktchancen
- TOP-Zielgruppe, berufstätig, 18-59 Jahre
- hohes Haushaltsnettoeinkommen
- hoher Anteil Geschäftsreisender/Entscheider
- riesige Werbeflächen, nicht zu übersehen
- spektakulär ausgeleuchtet bei Nacht
- Erinnerungswerte bis zu 80% (ungestützt)
- umfangreiche GfK-Erhebungen belegen diese Daten

### MaxiPoster-Stärken!

<b>Reichweite</b>	Sehr gut, da fast alle Menschen im Laufe des Jahres die Autobahn nutzen und die MaxiPoster an vielen Knotenpunkten platziert sind. Reichweite kann insbesondere in den Ferienmonaten schnell aufgebaut werden, da hier der (Reise-)Verkehr ansteigt.
<b>Exklusivität im Werbeumfeld</b>	Kaum andere Einflüsse (außer Radiowerbung), die Alleinstellung wird durch Formatgröße noch einmal verstärkt.
<b>Abdeckung</b>	Hohe Anzahl von Standorten in Mittel- und Norddeutschland
<b>Rezeptions-situation</b>	Autobahnnutzer fahren mit einer relativ langen Blick-verweildauer auf ein MaxiPoster zu; Fahrer sind wenig abgelenkt, so dass ein vergleichsweise "intensiver" Kontakt möglich ist; MaxiPoster wirken abwechslungsreich und nicht störend
<b>Sichtbarkeit</b>	Sehr gute Erkennbarkeit der Botschaft durch deren erhabene Position und Größe – sind fast unübersehbar und stechen aus dem üblichen Autobahnbild heraus



### Mercedes

Der neue Mercedes Actros ist ein LKW, der alles Bisherige in den Schatten stellt. Durch viele Kraftstoffsparende technische Innovationen und perfekt aufeinander abgestimmte Dienstleistungen ist er profitabler unterwegs als jemals zuvor. Mit seinen neuen Fahrerhäusern bietet er darüber hinaus ein Maximum an Komfort.

“Der neue Actros – noch wirtschaftlicher!” und “Der neue Actros – noch komfortabler!” waren gepaart mit der imposanten Actros Abbildung die sehr aussagekräftigen Botschaften der Mercedes-Autobahnkampagne mit BAB MaxiPoster.

An den klassischen Nord-Süd- und Ost-West-Fernverbindungen wurden die Werbetürme an der A1 Hamburg-Sittensen, A2 Hannover-Barsinghausen, A2 Magdeburg, A7 Kassel-Malsfeld, A9 Hermsdorfer Kreuz und A24 Hamburg-Zarrentin belegt.

Mit den MaxiPoster Werbeflächen konnten neben dem eigentlichen Nutzer, dem Berufskraftfahrer, insbesondere auch die Entscheider in den mittelständischen Unternehmen angesprochen werden.

LKW-Flotten werden in allen Branchen der deutschen Wirtschaft eingesetzt. Insbesondere Unternehmen mit einem eigenen LKW-Fuhrpark wählen für Ihren Firmensitz oftmals die „grüne Wiese“ sowie Gewerbe- und Industriegebiete fernab der Innenstadtlagen mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Für Logistikunternehmen hat die Autobahnbindung sogar die erste Priorität.

Mercedes Benz erzielte mit seiner ersten Buchung bei BAB MaxiPoster über 20 Millionen Kontaktchancen im Juli und August.



### Kicker:

Anpfeif in eine neue Saison! Mit zwei unterschiedlichen Motiven startete Kicker seine MaxiPoster-Belegung. Pünktlich zum Bundesligastart im August wurden millionen fußballbegeisterte Menschen angesprochen.



### Turkish Airline

Turkish Airlines baut seine Präsenz am Standort Hannover weiter aus.

Bis zu 2x täglich hebt die renommierte Fluggesellschaft ab Winterflugplan Richtung Istanbul ab. Um auf die bequeme Erreichbarkeit zahlreicher Destinationen weltweit hinzuweisen, nutzt Turkish Airlines auch BAB MaxiPoster.



### Persil

Nach 2010 sagte der Konsumgüterhersteller Henkel auch in diesem Jahr wieder “ja” zu MaxiPoster. Die ersten Belegungen erfolgten im April zur Zeit der ersten großen Reise-welle des Jahres, dem Osterreiseverkehr an verschiedenen Autobahnen.

Weiter ging es im Juni, mit der Präsenz an fünf Standorten.



### RSGV

Der Rheinische Sparkassen- und Giroverband belegte zum zweiten Mal nach 2009 im Rahmen seiner Giro sucht Hero-Kampagne unseren Werbeturm an der A46 in Düsseldorf.



### Nokia

Pünktlich zur Ferienreisezeit im Juli und August 2011 bewirbt der Handyanbieter Nokia seine neusten Smartphones auf sechs von elf BAB MaxiPoster Werbetürmen.

Mit dem Slogan „Besser durchkommen: Live-Verkehrsdichte auf Nokia Smartphones“ nutzt der Handyanbieter mit Navigationssparte die Sommerferien und die vollen Autobahnen für seine aktuelle Kampagne.

Mit der führenden Smartphone-Navigationssoftware Nokia Karten spricht Nokia speziell Autofahrer an und nutzt die optimale Zielgruppenansprache an klassischen Reiseverkehrsverbindungen wie der A23 Hamburg-Tornesch, A24 Hamburg-Zarrentin, A7 Hamburg-Bispingen, A1 Hamburg-Sittensen, A5 Frankfurt-Mücke und an der A46 Düsseldorf. Damit erzielt das Unternehmen knapp 30 Millionen Kontaktchancen.



### Höffner:

Mit MaxiPoster direkt zu Höffner. Der MaxiPoster-Standort in Tornesch an der A23 liegt strategisch perfekt und deshalb hat Möbel Höffner genau diese Fläche gewählt, um die Neueröffnung seines Einrichtungszentrums in Hamburg-Eidelstedt am 25. August zu kommunizieren. Damit reiht sich Höffner in die Riege der großen Handelsunternehmen in der Region ein, die MaxiPoster zu schätzen wissen.



### Elbe Einkaufszentrum

Das Einkaufszentrum der Spitzenklasse mit über 2.200 großzügigen Parkplätzen spricht auch in diesem Jahr mit klarer Wegweiserwerbung die shoppingbegeisterten Menschen aus dem nord-westlichen Hamburger Umland an.



### Trigema:

Mit neuer gezielter Standortwerbung bewirbt Deutschlands größter T-Shirt und Tennisbekleidungshersteller in diesem Jahr erstmals seine Testgeschäfte an der deutschen Nordseeküste und auf Sylt, sowie das direkt an der A7 gelegene Geschäft am Kircheimer Dreieck in Hessen.



### Roller

„Bald 100x...“, das war einmal. Mit Überschreitung der magischen Grenze und Eröffnung der einhundertsten Filiale in Wertheim wurde auch das bekannte Motiv geändert. In Zukunft heißt es wechselweise bundesweit an verschiedenen MaxiPoster-Standorten „100 x Roller 100 x günstiger“.

# Tissot – Zeit schenken!

Nachdem Maxiposter bereits im Mai 2010 den Beginn der globalen Tissot Kampagne „In Touch with your time“ begleitet hatte, folgte im Dezember die ganzheitliche Weihnachts-Kampagne im Zeichen der Geschenkschleife.

Die Aufnahmen der Markenbotschafter, mit den Tissot Highlights der Festive Collection 2010 an den Handgelenken, durch Jeff Burton bildeten das Motiv für über 20 Millionen Kontakte in der attraktiven Zielgruppe auf bundesdeutschen Autobahnen.

Maxiposter trug wesentlich zur Erhöhung der Wiedererkennung im Rahmen der Gesamtstrategie bei, die die Verbreitung der Kampagne in Zeitungen, Magazinen, Flyern und im Schaufenster-Displays beinhaltet. „Es zieht zum Motiv im Schaufenster hin“ so Marketing Koordinatorin Melanie Völker von Tissot Deutschland „wenn es in so einer imposanten Größe auf der Autobahn wahrgenommen wurde“. Denn wo hat man mehr Zeit über die Weihnachtsgeschenke nachzudenken, als unterwegs im Auto.



## MaxiPoster Standorte



Schulferien 2012	Winter	Ostern	Himmelf./Pfingsten	Sommer	Herbst	Weihnachten
Baden-Württemberg	-	02.04. - 14.04.	29.05. - 09.06.	26.07. - 08.09.	29.10. - 02.11.	24.12. - 05.01.
Bayern	20.02. - 24.02.	02.04. - 14.04.	29.05. - 09.06.	01.08. - 12.09.	29.10. - 03.11.	24.12. - 05.01.
Berlin	30.01. - 04.02.	02.04. - 14.04.	30.04. + 18.05.	21.06. - 03.08.	01.10. - 13.10.	24.12. - 04.01.
Brandenburg	30.01. - 04.02.	04.04. - 14.04.	30.04. + 18.05.	21.06. - 03.08.	01.10. - 13.10.	24.12. - 04.01.
Bremen	30.01. - 31.01.	26.03. - 11.04.	29.05.	23.07. - 31.08.	22.10. - 03.11.	24.12. - 05.01.
Hamburg	30.01.	05.03. - 16.03.	30.04. - 04.05. + 18.05.	21.06. - 01.08.	01.10. - 12.10.	21.12. - 04.01.
Hessen	-	02.04. - 14.04.	-	02.07. - 10.08.	15.10. - 27.10.	24.12. - 12.01.
Meckl.-Vorpommern	06.02. - 17.02.	02.04. - 11.04.	25.05. - 29.05.	23.06. - 04.08.	01.10. - 05.10.	21.12. - 04.01.
Niedersachsen	30.01. - 31.01.	26.03. - 11.04.	30.04. + 18.5. + 29.05.	23.07. - 31.08.	23.10. - 03.11.	24.12. - 05.01.
NRW	-	02.04. - 14.04.	29.05.	09.07. - 21.08.	08.10. - 20.10.	21.12. - 04.01.
Rheinland-Pfalz	-	29.03. - 13.04.	18.05. + 08.06.	02.07. - 10.08.	01.10. - 12.10.	20.12. - 04.01.
Saarland	20.02. - 25.02.	02.04. - 14.04.	-	02.07. - 14.08.	22.10. - 03.11.	24.12. - 05.01.
Sachsen	13.02. - 25.02.	06.04. - 14.04.	18.05.	23.07. - 31.08.	22.10. - 02.11.	22.12. - 02.01.
Sachsen-Anhalt	04.02. - 11.02.	02.04. - 07.04.	21.05. - 26.05.	23.07. - 05.09.	29.10. - 02.11.	19.12. - 04.01.
Schleswig-Holstein	-	03.03. - 13.04.	18.05.	25.06. - 04.08.	04.10. - 19.10.	24.12. - 05.01.
Thüringen	06.02. - 11.02.	02.04. - 13.04.	25.05. - 29.05.	23.07. - 31.08.	22.10. - 03.11.	24.12. - 05.01.

ohne Gewähr

**BAB**  
**MAXIPOSTER**  
AUTOBAHNWERBETÜRME

B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH  
Dorotheenstraße 64  
22301 Hamburg / Germany  
Fon: 040 / 80 79 364-70  
Fax: 040 / 80 79 364-80  
www.maxiposter.de  
info@maxiposter.de

**Impressum:**  
Herausgeber: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH  
ViSdP: Valentijn Bras  
Erscheinungsweise: jährlich  
Text + Konzept: Anja Stowesand – MaxiPoster  
Layout + Satz: Klaas Herzberg – www.dreimenschen.de  
Fotos: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH